

CSIGÉNE NAGYPÁL NOÉMI*

**A vállalatok társadalmi felelőssége
(osztrák és magyar példákon)
Corporate social responsibility
(Austrian and Hungarian case studies)**

The concept of Corporate Social Responsibility (CSR) was originally formulated from the 1970s as a result of the growing influence of big enterprises on the global economy and the decreasing trust in them. The EU considers CSR as an important company tool to realise sustainable development. According to the EU definition, CSR is voluntary, beyond legislation activity of companies to integrate social and environmental concerns into their business operations and stakeholder relations. While CSR has become more and more popular in Europe since the 1990s, such activities of SMEs has become the focus of interest only in the last decade, as their role in ensuring competitiveness has come in the forefront, too.

In the framework of a three-year research project, supported by the EU, we investigate the characteristics of social responsibility of SMEs. Earlier European research projects of this field mostly focused on the areas of SMEs' CSR involvement, tendencies of their activity, motivating factors and barriers. In our survey we also analyse what special instruments companies apply from management systems to eco-labels. We investigate in detail, how they treat the issues of mitigating climate change, risk from using chemicals, other environmental impacts, the problems of ensuring gender equality and combating bribery, and what are the measurable impacts of their activity. A questionnaire survey was conducted among Austrian and Hungarian companies operating in the automotive sector, in 2006.

The most important results of the survey are that the level commitment of companies is about at the same in the two countries. Motivating factors are also similar: cost saving and meeting fundamental values of the company as well as contributing to sustainable development. Combating corruption was of high strategic importance, still, few companies had special actions in this field, many of the respondents stated that corruption is not relevant in their sector or at the company. Ensuring gender equality is not seen as a problematic issue according to most of the companies, accordingly, their activity in this field is mostly informal, only one company said, their ethical code is dealing with gender equality. In the area of environmental protection, chemical risk management is very important for most of the companies, and waste management is also important as well as reducing resource use and improving effi-

* *Csigéné Nagypál Noémi*, tudományos munkatárs
Budapesti Műszaki- és Gazdaságtudományi Egyetem, Környezetgazdaságtan Tanszék.

ciency. Climate change is tackled by only some companies, mostly because they think they are not significant GHG emitters. Another interesting result of the survey was that in order to enforce CSR companies do not only expect financial support, but also training and consultation for SMEs – from associations – as well as awareness raising among consumers, investors and their business partners.

Bevezetés

A vállalatok társadalmi felelőssége (Corporate Social Responsibility – CSR) eredetét tekintve a nagyvállalatok világgazdaságban betöltött szerepének növekedésével és a velük szemben megrendült bizalom kapcsán fogalmazódott meg az 1970-es évektől. Az Európai Bizottság 2002-ben kiadott közleménye szerint az Unió a fenntartható fejlődés megvalósításának fontos vállalati eszközeként tekint a vállalatok társadalmi felelősségvállalására. A CSR-t a környezetvédelemmel és a társadalmi hatásokkal kapcsolatos önkéntes, szabályozáson túlmutató, a vállalatok magatartásába és érintetteikkel való kapcsolatrendszerébe szervesen beépült tevékenységként értelmezi. Míg a CSR Európában a 90-es évektől vált egyre inkább elterjedtté, a kis- és közepes vállalkozások ez irányú magatartása csak az utóbbi évtizedben került a figyelem középpontjába, azzal párhuzamosan, hogy a KKV-knak az európai gazdaság versenyképességében betöltött szerepe is mindinkább előtérbe került. A továbbiakban áttekintjük az eddigi kutatások legfontosabb eredményeit, majd bemutatjuk egy vállalati felmérés eredményeit, amelyet egy három éves, Európai Unió által finanszírozott projekt keretében végeztünk.

A kis- és középvállalatok társadalmi felelősségvállalásának feltérképezése

A kis- és középvállalatok társadalmi felelősségvállalásának feltérképezése érdekében áttekintést készítettünk a KKV-k CSR tevékenységével foglalkozó eddigi kutatásokról. A legfontosabb európai tanulmányok mellett egy kanadai és egy ENSZ kutatás eredményei kerültek összegzésre.

Az Európai Unió országaiban a leginkább kiterjedt felmérést az „Observatory of European SMEs” végezte 2002-ben (European Commission, Observatory of European SMEs, [2002]). A kutatás az akkori tizenöt EU tagállam mellett Norvégia-ra, Lichtensteinre, Svájcra és Izlandra terjedt ki. A nagyszabású felmérés hiányossága, hogy csak a külső CSR tényezőkkel foglalkozott, olyanokkal, amelyek nem kötődnek szorosan a vállalat működéséhez. Ez nemcsak a vállalatok tevékenységéről ad túlzottan szűk képet, hanem a motiváló és korlátozó tényezők szempontjából is torzítja az eredményt. Ennek ellenére – mindenekelőtt a kutatás nagyságrendje miatt – érdemes megvizsgálni az eredményeket. A felmérés legfontosabb tanulságai a következők voltak: a megkérdezett vállalatok mintegy fele folytat valamilyen külső jellegű CSR tevékenységet. Az aktív vállalatok aránya függ a mérettől, a nagyobb vállalatok körében magasabb az aktivitási arány. Jelentős különbség figyelhető meg továbbá az északi és déli országok vállalatai között, az északi, különösen a skandináv országok esetében magasabb az arány, az aktivitás azonban nem függ attól,

hogyan a vállalat milyen szektorban tevékenykedik. A vállalatok CSR tevékenysége általában nem rendszeres és nem kapcsolódik a vállalati stratégiához. A CSR leggyakoribb formái a KKV-k körében a sport és kultúra támogatása, a környezetvédelem támogatása ezzel szemben nem jellemző. A legfontosabb motiváló tényezők az etikai megfontolások, amit a válaszadók háromnegyede jelölt meg, ezenkívül fontos volt még a közösséggel való kapcsolat javításának lehetősége és a vevőhűség növelése. A válaszadók a ténylegesen érzékelt előnyök közül a vevőhűség javulását és a közösséggel, valamint a hatóságokkal való kapcsolat javulását jelölték meg jelentős arányban. A felmérés fontos következtetése volt továbbá, hogy a KKV-k szabályozáson túlmutató tevékenységét azért is nehéz azonosítani, mert azok gyakran nincsenek tisztában az aktuális, rájuk érvényben lévő környezetvédelmi és egyéb szabályozással. A másik érdekes eredmény, hogy noha a KKV-k CSR aktivitásának egyik legismertebb akadálya az erőforrások hiánya, a felmérésben résztvevő vállalatok leginkább az attitűddel kapcsolatos tényezőket jelölték meg.

A 2002-ben indított „European Multistakeholder Forum on CSR” keretében az egyik kerekasztal témája a CSR elősegítésének lehetőségei a KKV-k körében volt (European Multistakeholder Forum on CSR, [2004]). A vitában vállalatok, civil szervezetek és szakszervezetek képviselői vettek részt, valamint megfigyelőként nemzetközi szervezetek. A zárójelentés szerint viszonylag kevés ismerettel rendelkezünk a kis- és középvállalatok társadalmi felelősségvállalásáról, de – akárcsak a nagyvállalatok körében – itt is vannak sikertörténetek. A gazdaságban és foglalkoztatásban betöltött szerepük miatt fontos a KKV-k elkötelezettségének és aktivitásának növelése, de a vállalatok sokfélesége miatt nehéz a megfelelő eszközöket megtalálni. A vállalatok környezeti és társadalmi felelősségvállalást ösztönző lehetséges tényezők, hogy a CSR elősegítheti a vállalat vonzóvá tételét a jól képzett, motivált munkavállalók számára, valamint azt, hogy a vevői elégedettség és -hűség növekedjen, javuljon a cég megítélése, csökkenjenek a környezetvédelmi kiadások, illetve a szigorodó szabályozásnak könnyebben megfeleljen a vállalat. A legfontosabb akadályozó tényezők ezzel szemben az erőforrások hiánya, az érzékelt és tényleges költségek, valamint a változásokhoz való lassú alkalmazkodás.

Nagy-Britanniában, ahol külön minisztérium foglalkozik a CSR-al, 2001-ben indult egy kutatási program a KKV-k társadalmi felelősségvállalásának elemzésére (DTI/BITC/IOD/BCC/Accountability, [2002]). Az irodalom áttekintést kerekasztal megbeszélések és egy kétszázas mintán végzett kérdőíves felmérés és vállalati interjúk követték. A megkérdezett vállalatok mintegy 90%-a tartotta magát felelős vállalatnak. A válaszadók jelentős része nem volt tudatában annak, hogy tevékenysége a CSR-hoz tartozik. A legfontosabb motiváló tényező a tulajdonosok elkötelezettsége, a legnagyobb akadály pedig a bürokrációtól való félelem a nagy-britanniai vállalatok körében.

A kanadai tanulmány (Canadian Business for Social Responsibility, [2003]) megemlíti, hogy a KKV-k általában nem rendelkeznek elég erőforrással, hogy az érintetteiket azonosítsák, és a velük való kapcsolattartást biztosítsák. Ajánlásokat fogalmaztak meg a KKV-k, az őket támogató szervezetek, valamint a velük kapcsolatban lévő nagyvállalatok számára. Ezek közül a legfontosabbak, hogy a KKV-k fordítsanak több figyelmet stakeholder-eikre és a már elért eredményeikre, a nagy-

vállalatok pedig fogadják el, hogy a beszállítóik elkötelezettek, de más menedzsment rendszert működtetnek, ezért a nagyvállalati gyakorlatok nem alkalmazhatóak rájuk változtatás nélkül.

Az UNIDO által készített felmérést a Global Compact (GC) programban részt vevő vállalatok körében végezték. Bár a kérdések arra vonatkoztak, hogy a vállalat miért csatlakozott a GC-hoz, milyen nehézségeket és lehetőségeket lát, általános következtetéseket is levonhatunk. A legfontosabb, hogy a makrogazdasági és politikai helyzet nagymértékben befolyásolta a vállalatokat, amelynek hatásától európai szinten sem lehet eltekinteni.

A korábbi kutatások eredményeire támaszkodva tehát megállapíthatjuk, hogy a kis- és középvállalatok aktívak a CSR területén, de tevékenységük kevésbé látványos, mint a nagyvállalatok hasonló tevékenysége. A KKV-k társadalmi felelősségvállalása több szempontból eltér a nagyvállalatok hasonló tevékenységétől, ami azzal magyarázható, hogy mások a külső tényezők, a szabályozás, illetve a külső érintettek (stakeholderek) erőviszonyai, valamint mások a belső feltételek is, úgy- mint a szervezeti felépítés és a menedzsment.

A kérdőíves felmérés ismertetése

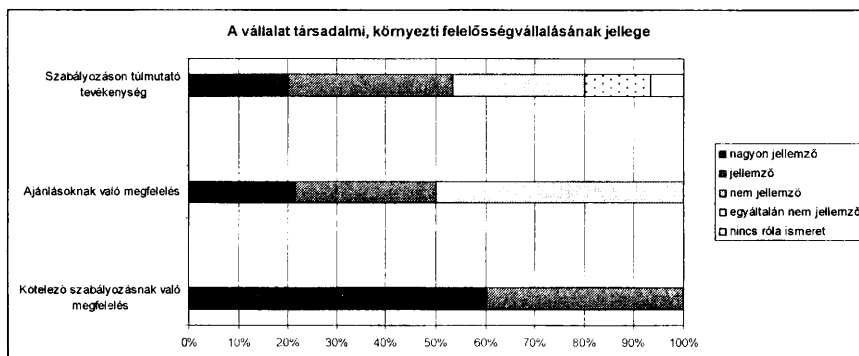
A Retorika és valóság – a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának elemzése Európában elnevezésű három éves projekt célja, hogy megvizsgálja az Unió egyes szakpolitikáinak eredményessége szempontjából a CSR európai alakulását. Az elemzett területek a klímapolitika, az erőforrás-gazdálkodás, a korrupció elleni küzdelem és a nemek közötti esélyegyenlőség. A kutatási konzorcium a multinacionális vállalatok körében a halászlé- és halfeldolgozó, az olaj-, valamint a bankszektor vizsgálgatta. Emellett külön tanulmány készül a kis- és középvállalatok társadalmi felelősségvállalásának bemutatására. A továbbiakban ennek legfontosabb eredményeit ismertetjük.

A kérdőíves felmérést ausztriai és magyar autóipari beszállító vállalatok körében végeztük, 2006-ban. A két ország az alapján került kiválasztásra, hogy a felmérés egy CSR-ban élen járó, valamint egy 2004-ben csatlakozott ország vállalatait is érintse, a szektort pedig aszerint választottuk, hogy mindkét országban jelentős ágazat legyen, ahol jellemző a KKV-k jelenléte is. Mivel a kisebb vállalatok körében a társadalmi felelősségvállalás kevésbé ismert és elterjedt, mint a multinacionális vállalatoknál, olyan vállalatokat kerestünk meg a kérdőívvel, amelyek aktívak a környezetmenedzsment vagy a szponzorálás, donáció területén vagy társadalmi, környezeti elkötelezettségükért díjat, elismerést kaptak a közelmúltban.

A projekt keretében végzett felmérés során – a korábbi hasonló témájú kutatásokkal ellentétben – azt is megvizsgáltuk, hogy a vállalatok milyen konkrét eszközöket ismernek és alkalmaznak, valamint részletesen kitértünk arra, hogyan kezelik a klímaváltozás mérséklését, a veszélyes vegyi anyagok használatából fakadó kockázatot, az egyéb környezeti hatásokat, a nemek közötti esélyegyenlőség megteremtésének, valamint a korrupciónak a problémáját, és az egyes területen alkalmazott eszközök milyen mérhető eredménnyel jártak.

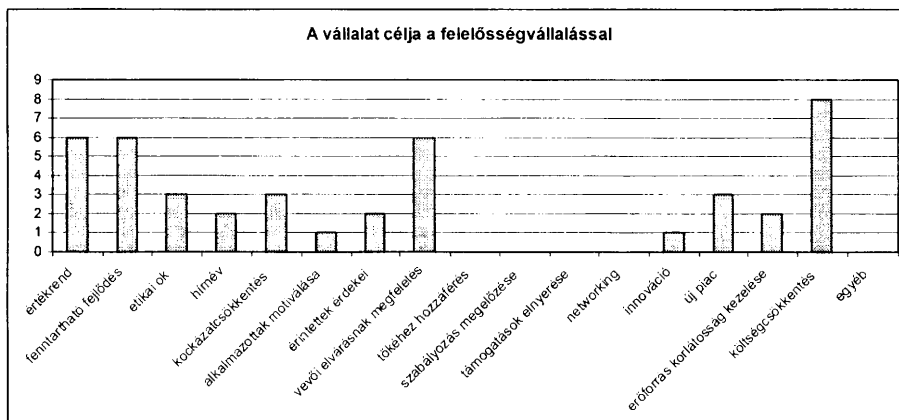
A kérdőív felépítése azt a logikát követte, ahogyan a vállalatoknál az elkötelezettség a vállalati tervezés majd gyakorlat után a környezeti-társadalmi teljesítmény alakulásában megjelenik.

Az első részben a vállalat elkötelezettségét vizsgáltuk, először a környezeti, társadalmi felelősségvállalás jellegére tértünk ki.



1. ábra: A vállalatok társadalmi, környezeti felelősségvállalásának jellege

A válaszadók 60%-a vélekedett úgy, hogy a kötelező szabályozásnak való megfelelés nagyon jellemző a vállalatra, a többi válaszadó pedig jellemzőnek tartotta ezt vállalatára. A bizonytalanság részben azzal is magyarázható, hogy a vállalatok nincsenek teljes mértékben tisztában a rájuk vonatkozó szabályozásokkal. A nem kötelező ajánlásoknak való megfelelést a válaszadók mintegy 20%-a tartotta nagyon jellemzőnek, összességében pedig jellemzőnek vagy nagyon jellemzőnek a vállalatok fele. A szabályozáson túlmutató tevékenységekkel kapcsolatosan voltak a legnagyobb eltérések a kapott válaszok között, de még ezt is a válaszolók több mint fele legalább jellemzőnek tartotta. A következő kérdés arra vonatkozott, hogy mi a vállalat célja a felelősség elfogadásával, vagyis melyek a legfontosabb motiváló tényezők.

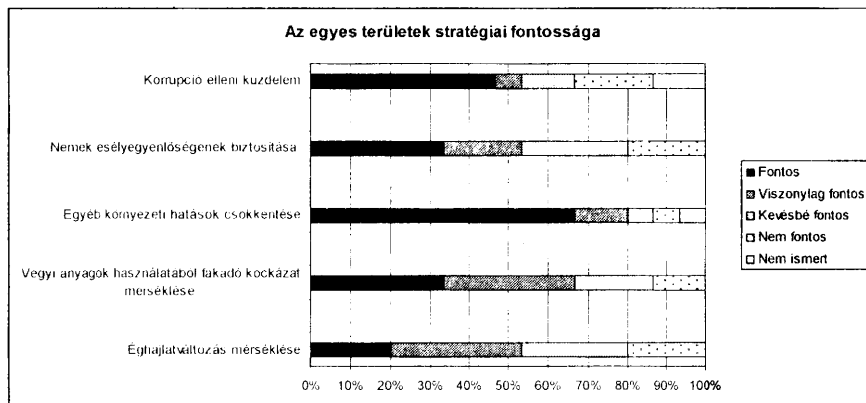


2. ábra: A vállalatok célja a felelősség elfogadásával

A legtöbb vállalat a költségcsökkentést jelölte meg, mint a három legfontosabb cél egyikét. Emellett fontos volt még a vevői elvárásoknak való megfelelés, az alapvető vállalati értékrendnek való megfelelés és a fenntartható fejlődéshez való hozzájárulás. Utóbbi jelzi, hogy a fenntarthatóság egyre inkább ismert fogalom és beépül a vállalatok célrendszerébe is, bár kérdéses, hogy az ezt megjelölő válaszadók miként értelmezik a fenntartható fejlődés fogalmát.

Az elkötelezettséggel foglalkozó kérdések között szerepelt továbbá, hogy a vállalat milyen előnyöket nyújt a közösségnek, amelyben működik. A kérdés háttérében az a feltételezés állt, hogy a kis- és középvállalatok jobban integrálódnak a helyi közösségekbe, mint a nagyvállalatok. A megkérdezett vállalatok legfontosabb közösségi szerepüknek a munkahelyteremtést tartották. Emellett fontosnak találták még a környezeti hatások csökkentését is, de a helyi gazdaság versenyképességének növelését, valamint azt, hogy példaként szolgáljanak más vállalatok számára, általában nem tartották jellemzőnek.

A kérdőív második szakasza a stratégiával, illetve – mivel a kisebb vállalatokra a stratégiaalkotás kevésbé jellemző – a tervezési folyamatokkal foglalkozott. Ennek keretében arra kerestük a választ, hogy a RARE projekt során vizsgált területek – kiegészülve az egyéb környezeti hatásokkal – mennyire fontosak stratégiai szempontból a vállalat számára.



3. ábra: A vizsgált területek stratégiai fontossága

A projekt során tárgyalt területek közül a klímaváltozás csökkentése volt az, amelynek a vállalatok a legkisebb stratégiai jelentőséget tulajdonították. A későbbi, a klímaváltozásra és energiahatékonyságra vonatkozó kérdésekből kiderült, hogy ennek elsődleges oka, hogy a megkérdezettek nem tartották magukat jelentős üvegházgáz kibocsátónak, illetve úgy vélekedtek, hogy a vállalat klímaváltozáshoz való hozzájárulása nem jelentős. A vegyi anyagok használatából származó kockázat nagyobb stratégiai jelentőségű, azon vállalatok pedig, amelyek kis jelentőséget tulajdonítottak ennek a területnek, általában azért nem foglalkoznak a kockázat kezelésével, mert az az alkalmazott technológia miatt nem releváns. A korrupció elleni küzdelem esetében oszlottak meg leginkább a válaszok. A viszonylag magas stratégia

jelentőség ellenére kevés vállalat (20%) tett konkrét lépéseket a korrupció visszaszorítására. A többiek azzal magyarázták passzivitásukat, hogy a vállalatot, illetve szektorukat nem érinti a korrupció.

Ugyancsak a tervezésre vonatkozó szakaszban nyílt kérdés formájában kérdeztünk rá arra, hogy melyek a vállalatok számára a környezeti, illetve társadalmi elkötelezettség szempontjából a legfontosabb területek. A legtöbb cég olyan területeket nevezett meg, amelyek a költségsökkentés szempontjából lényegesek, mint az energia- vagy anyaghasználat hatékonyságának növelése. A vállalatok 40%-a olyan tényezőt is említett, amely kapcsolatban van az alkalmazottakkal: a stabil munkahelyek biztosítását, illetve a munkabiztonság növelését, valamint a környezeti nevelést a munkavállalók körében.

A kérdőív harmadik szakasza a megvalósításra vonatkozott, vagyis arra, hogy a vállalat elkötelezettsége és stratégiája hogyan jut érvényre a mindennapi működés során. Először a vállalat által ismert, alkalmazott és bevezetni tervezett CSR eszközökről kérdeztük a cégeket. A kifejezetten a CSR körébe tartozó eszközök mellett a menedzsment rendszereken belül a minőségmenedzsment rendszerekre is kitértünk. Ennek oka egyrészt, hogy a környezetmenedzsment kevésbé elterjedt a KKV-k körében, másrészt sok vállalat a minőségmenedzsment rendszer sikeres bevezetése után döntött úgy, hogy környezetmenedzsment rendszerét is szabvány szerint építi ki és auditáltatja.

Az eszközök közül a munkavállalókkal és stakeholderekkel való kapcsolattartás eszközei voltak a leginkább ismertek és alkalmazottak, a munkavállalók elégedettségét a válaszadók 86%-a nyomon követi, és több mint fele állítja, hogy bevonja őket a döntéshozatalba. Ezt követte a menedzsment rendszerek ismertsége, illetve alkalmazása, minőségmenedzsment rendszert a vállalatok döntő többsége, környezetmenedzsment rendszert pedig mintegy fele alkalmaz. (Ebben a tekintetben a minta természetesen nem tekinthető reprezentatívnak, hiszen az egyik kiválasztási szempont volt a környezetvédelem magas szintje.) Mindössze néhány vállalat jelezte, hogy az általa ismert, de még nem alkalmazott eszközök valamelyikét az elkövetkező 2–5 évben bevezetni szándékozzák. Magyarázható ez részben azzal, hogy a kérdőívet nem minden esetben olyan személy – például cégvezető – töltötte ki, aki ebben kompetens, részben azonban azzal is, hogy az eszközök működtetésére kiadott összegek általában növekedtek az elmúlt három évben, és a cégek továbbra is általában legalább kismértékű növekedésre számítanak.

Az alacsony aktivitást részben magyarázhatja, hogy a külső érintettek közül – a válaszok alapján – csak a vevők támasztanak igényt a felsorolt eszközök bevezetésére. A magyar vállalatok esetében a környezetmenedzsment rendszer bevezetése nem fogalmazódott meg igényként egyetlen vállalat (multinacionális) vevője részéről sem. Az osztrák vállalatok esetében ezzel szemben a környezetmenedzsment rendszer tanúsítása hasonló mértékben volt elvárás, mint a tanúsított minőségmenedzsment rendszer megléte. Ugyancsak hátráltatja a CSR terjedését, hogy a vevők a KKV-k környezeti és társadalmi felelősségvállalását jórészt csak saját értékrendjük kommunikálása révén támogatják, vagyis nem segítik őket képzésekkel, ismereteik átadásával. Ez ellentmondásban van azzal, hogy a „beszállítói hálózat zöldítése” sok nagyvállalat céljai közt szerepel, illetve a RARE kutatás nagyvállalatokkal foglalko-

zó felméréseiből is az derül ki, hogy a cégek nagy hangsúlyt fektetnek beszállítóik elkötelezettségének, felelősségvállalásának elősegítésére.

Az eredmények közül, a vállalatok teljesítményét meghatározó tényezők sorából még kiemelhető, hogy az aktívabb társadalmi felelősségvállalás érdekében a megkérdezett vállalatok nemcsak anyagi támogatást várnának, hanem képzést, tanácsadást a szakmai szervezetek részéről, valamint a környezettudatosság, a téma ismertségének elősegítését a fogyasztók, befektetők és vállalati partnereik körében. Ugyancsak fontosnak tartják a megfelelő jogi keretek, feltételrendszer biztosítását. A korlátozó tényezőket egyrészt vizsgáltuk általánosságban, másrészt pedig az egyes vállalatok szempontjából. Mindkét esetben a költségtényező és a piaci igény hiánya volt a leg többek (40%) által említett akadály. Saját vállalaton belül a munkavállalók elkötelezettségének hiányára is sokan hivatkoztak (26%).

Végül az utolsó rész a teljesítmény mérésével foglalkozott. Az alkalmazott eszközök hatásainak mérése bizonyult az egyik legproblematisabb területnek. Mindössze a vállalatok 20%-a alkalmaz indikátorokat ennek nyomán követésére. Az indikátorok alakulása mellett rákérdeztünk a teljesítmény becsült változására is. A legnagyobb fejlődésről az energiahatékonyság javításán és a vegyi anyagok használatából származó kockázat mérséklésén kívüli egyéb környezeti hatások mérséklésének területén számoltak be a vállalatok (13% kis mértékű, 40% közepes, 20% pedig jelentős javulásról).

A felméréssel kapcsolatosan pozitívumként említhető meg, hogy a részt vevő vállalatok minden kérdésre válaszoltak, és mintegy 90%-uk jelezte, hogy a felmérés eredményeit szeretné megkapni.

Összegzés

A KKV-k társadalmi felelősségvállalására – számos nagyvállalatéval ellentétben – az a jellemző, hogy a tényleges tevékenységük túlmutat azon, amit kommunikálnak magukról. Ennek oka részben, hogy a KKV-kra általában kevésbé jellemző az aktív kommunikáció, részben pedig, hogy a társadalmi felelősségvállalás – különösen a nem a fogyasztói piacra termelő vállalatok esetében – kevésbé jelent versenyelőnyt számukra, mint a multinacionális vállalatok esetében.

A kis- és közepes vállalatok környezeti és társadalmi elkötelezettsége nagymértékben függ a vállalatvezető személyes szerepvállalásától. Emellett a KKV-k társadalmi felelősségvállalásának fontos szereplői a munkavállalók, mind a felelősségvállalás területeinek kiválasztása, mind az alulról jövő kezdeményezések fontossága miatt a célkitűzések megfogalmazása, mind pedig az egyes eszközök bevezetésének hatékonysága szempontjából.

A kedvezőbb feltételek teremtése makro- és mikroszinten, vagyis a jogi feltételrendszer biztosítása és a multinacionális vállalatok aktívabb közreműködése elengedhetetlen a kis- és közepes vállalatok társadalmi felelősségvállalásának elősegítésében.

Felhasznált irodalom

- Canadian Business for Social Responsibility [2003]: Engaging Small Business in Corporate Social Responsibility.
- Commission of the European Communities [2001]: Green Paper: Promoting a European framework for corporate social responsibility. Brussels: EU Commission.
- European Multistakeholder Forum on CSR [2004]: Final results & recommendations.
- Corporate Social Responsibility in Europe – Rhetoric and Realities. EU's Sixth Framework Programme (No. CIT2-CT-2004-506043).
- European Commission, Observatory of European SMEs [2002]: European SMEs and social and environmental responsibility.
- CSIGÉNÉ NAGYPÁL NOÉMI [2005]: A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának szerepe a környezetvédelemben (The role of Corporate Social Responsibility in Environmental Protection). Theory and practice of environmental sciences conference Szeged.
- CSONKA, V, KENYERES, A, LARSEN, S.V., SZABÓ C. [2004]: Corporate Social Responsibility: State of the Art in Hungary. La Vida. Budapest.
- DTI/BITC/IOD/BCC/Accountability [2002]: Engaging SMEs in Community & Society Issues.
- FRIEDMAN, M [1970]: The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. The New York Times Magazine, 1970. szeptember 13.
- LUETKENHORST, WILFRIED [2004]: Corporate Social Responsibility and the Development Agenda: Should SMEs Care? Working Paper No. 13 Technical working paper series. Small and Medium Sized Enterprises Branch. United Nations Industrial Development Organization
<http://www.unido.org/file-storage/download/?file%5fid=29500>.
- MATTEN, D.–MOON, J. [2004]: 'Implicit' and 'Explicit' CSR: A conceptual framework for understanding CSR in Europe at 20th EGOS Conference, Ljubljana, Slovenia, 2004 július.
- MÁLOVICS GYÖRGY–RÁCZ GÁBOR–CSIGÉNÉ NAGY PÁL NOÉMI [2005]: Corporate social responsibility and Environmental Management Systems as management practices in Hungary – theoretical and empirical insights. Absurdity in the Economy. Annual Conference of International Association for Research in Economic Psychology (IAREP). Prága, 2005 Szeptember.
- Observatory of the European SMEs [2002]: European SMEs and social and environmental responsibility. 2002/No4.
- SZLÁVIK JÁNOS – CSIGÉNÉ NAGYPÁL NOÉMI [2005]: A vállalatok társadalmi felelősségvállalása és a fenntarthatóság. V. Nemzetközi Konferencia, Miskolci Egyetem.
- United Nations Industrial Development Organization [2005]: Survey of Small and Medium Enterprises in The Global Compact.